

PATENT ABSTRACTS OF JAPAN

(11)Publication number : 10-275185

(43)Date of publication of application : 13.10.1998

(51)Int.Cl.

G06F 17/60

G07F 9/00

G07G 1/12

(21)Application number : 09-080780

(71)Applicant : NRI & NCC CO LTD

(22)Date of filing : 31.03.1997

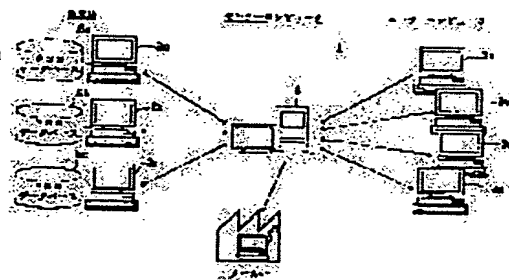
(72)Inventor : NAKAMURA MASAYOSHI

(54) AUTOMATIC HOUSEHOLD ACCOUNT BOOK INPUT SYSTEM AND MARKETING SYSTEM

(57)Abstract:

PROBLEM TO BE SOLVED: To provide the automatic household account book input system and marketing system which remove the burden of input operation to household account book software, provides accurate detailed marketing information for stores, and provides article production information for the maker.

SOLUTION: This system consists of a center computer 4 provided by stores or for stores and user computers 3 of consumers. The user computer 3 has a communication means, an input means, and a processing means which sends purchase article specification information to the center computer 3 and inputs and processes purchase article information corresponding to the purchase article specification information from the center computer as data of the household account book software. The center computer 4 has a communication means and a processing means which obtains the purchase article information corresponding to the purchase article specification information sent from the user computer 3 from a POS data base 6 of the store and sends it back to the user computer 3.



LEGAL STATUS

[Date of request for examination]

25.03.2003

[Date of sending the examiner's decision of rejection]

[Kind of final disposal of application other than the examiner's decision of rejection or application converted registration]

[Date of final disposal for application]

[Patent number]

[Date of registration]

[Number of appeal against examiner's decision of rejection]

[Date of requesting appeal against examiner's decision of rejection]

[Date of extinction of right]

Copyright (C); 1998,2003 Japan Patent Office

(19)日本国特許庁 (J P)

(12) 公開特許公報 (A)

(11)特許出願公開番号

特開平10-275185

(43)公開日 平成10年(1998)10月13日

| (51)Int.Cl. ⁶ | 識別記号 | F I | |
|--------------------------|-------|---------------|---------|
| G 0 6 F 17/60 | | G 0 6 F 15/21 | P |
| G 0 7 F 9/00 | 1 1 0 | G 0 7 F 9/00 | 1 1 0 Z |
| G 0 7 G 1/12 | 3 4 1 | G 0 7 G 1/12 | 3 4 1 A |

審査請求 未請求 請求項の数6 O L (全 8 頁)

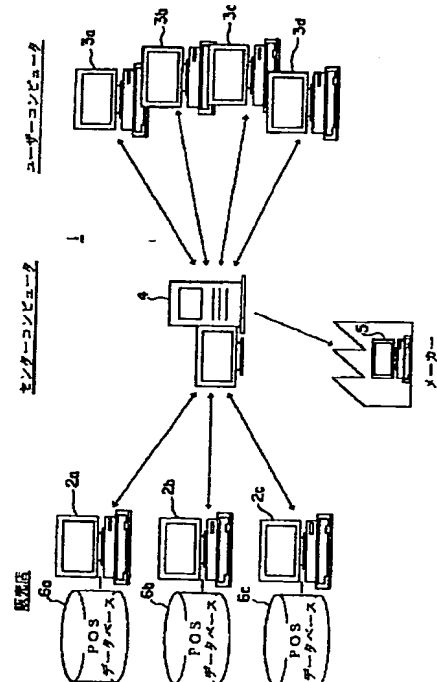
| | | | |
|----------|-----------------|---------|---|
| (21)出願番号 | 特願平9-80780 | (71)出願人 | 000155469 株式会社野村総合研究所 東京都中央区日本橋1丁目10番1号 |
| (22)出願日 | 平成9年(1997)3月31日 | (72)発明者 | 中 村 昌 義 神奈川県横浜市保土ケ谷区神戸町134番地 株式会社野村総合研究所内 |
| | | (74)代理人 | 弁理士 佐藤 一雄 (外3名) |

(54)【発明の名称】 家計簿自動入力システムとマーケティングシステム

(57)【要約】

【課題】 家計簿ソフトウェアへの入力作業の負担を取り除き、販売店へ正確詳細なマーケティング情報を提供し、メーカーへ商品生産情報を提供する家計簿自動入力システムとマーケティングシステムとを提供する。

【解決手段】 販売店ごとあるいは複数の販売店のために設けられたセンターコンピュータ4と、消費者のユーザーコンピュータ3とからなり、ユーザーコンピュータ3は、通信手段と、入力手段と、購入商品特定情報をセンターコンピュータ4に送り、センターコンピュータ4から返送された購入商品特定情報に対応する購入商品情報を家計簿ソフトウェアのデータとして入力処理を行う処理手段とを有し、センターコンピュータ4は、通信手段と、ユーザーコンピュータ3から送られた購入商品特定情報に対応する購入商品情報を販売店のPOSデータベース6から取得し、ユーザーコンピュータ3に返送する処理を行う処理手段を有している。



【特許請求の範囲】

【請求項1】販売店ごとにあるいは複数の販売店のために集中的に設けられたセンターコンピュータと、消費者が有するユーザーコンピュータとからなり、前記ユーザーコンピュータは、通信手段と、購入商品特定情報を入力する入力手段と、前記通信手段によって前記購入商品特定情報を前記センターコンピュータに送り、前記センターコンピュータから返送された前記購入商品特定情報に対応する購入商品情報を家計簿ソフトウェアのデータとして入力処理する処理手段とを有し、前記センターコンピュータは、通信手段と、前記ユーザーコンピュータから送られた購入商品特定情報を入力し、それに対応する購入商品情報をその販売店のPOSシステムのデータベースから取得し、前記ユーザーコンピュータで処理可能なデータ形式に変換して前記センターコンピュータの通信手段によって前記ユーザーコンピュータに返送する処理を行う処理手段を有していることを特徴とする家計簿自動入力システム。

【請求項2】前記ユーザーコンピュータの入力手段は、消費者認証情報を入力することができる入力手段であり、前記ユーザーコンピュータの処理手段は、前記通信手段によって前記消費者認証情報を前記センターコンピュータに送信することができる処理手段であり、前記センターコンピュータの処理手段は、前記消費者認証情報によってその消費者へ送信するデータを判断制御することができる処理手段であることを特徴とする請求項1に記載の家計簿自動入力システム。

【請求項3】販売店ごとにあるいは複数の販売店のために集中的に設けられたセンターコンピュータと、消費者が有するユーザーコンピュータとからなり、前記ユーザーコンピュータは、通信手段と、購入商品特定情報を入力する入力手段と、前記通信手段によって前記購入商品特定情報を前記センターコンピュータに送り、前記センターコンピュータから送られた前記購入商品特定情報に対応する購入商品情報を家計簿ソフトウェアのデータとして入力処理し、所定の時期にその家計簿ソフトウェアで集計したデータの内のマーケティング用データを前記通信手段によって前記センターコンピュータに送信する処理を行う処理手段とを有し、前記センターコンピュータは、通信手段と、前記ユーザーコンピュータから送られた購入商品特定情報を入力し、それに対応する購入商品情報をその販売店のPOSシステムのデータベースから取得し、前記ユーザーコンピュータで処理可能なデータ形式に変換して前記センターコンピュータの通信手段によって前記ユーザーコンピュータに返送する処理と、前記ユーザーコンピュータから送られた前記マーケティング用データを入力し、マーケット分析、需要予測を含むマーケティング用のデータ処理とを行う処理手段と、を有していることを特徴とするマーケティングシステム。

【請求項4】前記ユーザーコンピュータの入力手段は、消費者認証情報を入力することができる入力手段であり、前記ユーザーコンピュータの処理手段は、前記通信手段によって前記消費者認証情報を前記センターコンピュータに送信することができる処理手段であり、前記センターコンピュータの処理手段は、前記消費者認証情報によってその消費者へ送信すべき情報を判断制御することができる処理手段であることを特徴とする請求項3に記載のマーケティングシステム。

10 【請求項5】前記センターコンピュータの処理手段は、販売促進を図る商品の情報を需要が見込まれる消費者のユーザーコンピュータに送信することができる処理手段であることを特徴とする請求項3に記載のマーケティングシステム。

【請求項6】前記センターコンピュータの処理手段は、商品ごとの消費動向を分析し、メーカーの既存商品の生産管理と新商品開発用の情報を出力することができる処理手段であることを特徴とする請求項3に記載のマーケティングシステム。

20 【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】本発明は、販売店と消費者とを結び、消費者には購入した商品のデータを家計簿ソフトウェアに自動的に入力できるようにし、消費者の家計簿の集計結果を利用して販売店の市場分析と販売促進のための正確なデータと、メーカーの既存商品の生産管理と新商品開発のためのデータとを提供できるようにした家計簿自動入力システムとその家計簿入力システムを利用したマーケティングシステムに関する。

30 【0002】なお、本明細書では、「マーケティング」の語は、マーケット調査から販売促進を含む広義のマーケティングを意味するものとする。

1【0003】

【従来の技術】従来から家計簿をコンピュータ上で付けるようにした種々の家計簿ソフトウェアが広く用いられている。一般にこれらの家計簿ソフトウェアは、ユーザーに購入した商品とそれらの値段と、その他の様々な出費項目とを入力させ、これらをたとえば食品、衣料、光熱費等の項目に仕分けして分かり易く表示するものであった。従来の家計簿ソフトウェアは、ソフトウェアにより、データ入力のしやすさを工夫したもの、データ集計の表示のしかたを工夫したもの、出費の動向等消費性向分析が行えるようにしたもの等、種々のデータ処理機能が付加されていた。

【0004】しかし、従来の家計簿ソフトウェアは、ユーザーが購入した商品の名称とその値段を各自入力する点では、すべての家計簿ソフトウェアに共通であった。

【0005】一方、従来から販売店においては、POSシステムを導入し、商品の在庫管理とマーケティング活動を行うことが広く行われていた。ここで、POSシス

テムとは、販売時点情報管理のシステムをいい、小売業において、どの商品が何時何個売れたかを把握するために、商品を販売したときに1品単位で情報を収集してコンピュータ管理するシステムをいう。

【0006】このPOSシステムによれば、商品の在庫を1品単位で管理でき、また商品の種類ごとにその販売動向からいわゆる売れ筋商品に力を注ぐなどマーケティング活動を行うことができた。

【0007】

【発明が解決しようとする課題】しかしながら、上記従来の家計簿ソフトウェアとPOSシステムは、それぞれ独立であったため、販売店と消費者の双方において不利不便があった。

【0008】まず、消費者においては、家計簿ソフトウェアを正しく動作させるには、日々購入した多数の商品の商品名とそれらの価格とを入力しなければならなかった。その入力作業はユーザーの大きな負担になっていた。まして複数の家族構成員を有する家庭では、各家族構成員の入出費を完全に家計簿自動入力システムに入力することは事実上不可能であった。

【0009】また、従来の家計簿ソフトウェアでは、消費者が各自商品名と価格とを入力するので、入力データの信頼性、ひいては家計簿ソフトウェアによる集計結果そのものの信頼性が低下していた。

【0010】このような集計結果の信頼性の低下の原因として、むろん商品名や価格を誤って入力する場合があった。この他に家計簿の集計結果の信頼性低下の原因として無視できないものとして、長期間にわたって入力作業を継続する関係上、同一種類の商品について過去のデータと不統一が生じる場合が挙げられた。

【0011】たとえば、従来の家計簿ソフトウェアでは、商品分類コードや商品名など入力する際に、ユーザーがその都度入力すべき商品分類コードや商品名を考えるので、同一商品について過去に入力した商品分類コードや商品名とは異なる商品分類コードや商品名を入力することがあった。

【0012】このような場合には、別の商品として集計されて、集計結果が正しくならなかった。このようなデータ上の不統一は、ユーザーによるデータ入力を行う限り、避けることができなかった。

【0013】次に、従来の販売店のPOSシステムでは、販売店全体として販売実績（項目ごとの商品の販売実績）を把握できるものの、どのような消費者がどのような商品をどのような傾向で購入しているか等の詳細なマーケティング情報を入手することができなかった。

【0014】これを補助する方法として、従来からレジにおいて商品を購入した消費者の外観から判断される年齢、性別等を入力する方法があった。しかし、このような方法では、正確さと詳細さに限界があった。

【0015】また、従来のPOSシステムでは、販売店

ごとの、あるいはせいぜい同一系列の販売店ごとのデータ集計しかできなかったので、メーカーによる商品の生産を含めた生産流通管理を行うことができなかった。

【0016】このため、従来メーカーは販売店から個別注文を受け、小ロット短サイクルの商品生産に追われていた。また、売れ筋商品の消費動向の推移を把握しにくく、新商品開発の障害になっていた。

【0017】そこで、本発明の目的は、上記消費者の家計簿ソフトウェアと販売店のPOSシステムとを結び付け、消費者には家計簿ソフトウェアへの入力作業の負担をほぼ取り除き、販売店には正確かつ詳細なマーケティング情報を提供でき、さらにはメーカーには既存商品の生産管理と新商品開発のための情報を提供することができる、家計簿自動入力システムとその家計簿入力システムを利用したマーケティングシステムとを提供することにある。

【0018】

【課題を解決するための手段】本願請求項1に係る家計簿自動入力システムは、販売店ごとにあるいは複数の販売店のために集中的に設けられたセンターコンピュータと、消費者が有するユーザーコンピュータとからなり、前記ユーザーコンピュータは、通信手段と、購入商品特定情報を入力する入力手段と、前記通信手段によって前記購入商品特定情報を前記センターコンピュータに送り、前記センターコンピュータから返送された前記購入商品特定情報に対応する購入商品情報を家計簿ソフトウェアのデータとして入力処理する処理手段とを有し、前記センターコンピュータは、通信手段と、前記ユーザーコンピュータから送られた購入商品特定情報を入力し、それに対応する購入商品情報をその販売店のPOSシステムのデータベースから取得し、前記ユーザーコンピュータで処理可能なデータ形式に変換して前記センターコンピュータの通信手段によって前記ユーザーコンピュータに返送する処理を行う処理手段を有していることを特徴とするものである。

【0019】本願請求項2に係る家計簿自動入力システムは、前記請求項1の家計簿自動入力システムにおいて、前記ユーザーコンピュータの入力手段は、消費者認証情報を入力することができる入力手段であり、前記ユーザーコンピュータの処理手段は、前記通信手段によって前記消費者認証情報を前記センターコンピュータに送信することができる処理手段であり、前記センターコンピュータの処理手段は、前記消費者認証情報によってその消費者へ送信するデータを判断制御することができる処理手段であることを特徴とするものである。

【0020】本願請求項3に係るマーケティングシステムは、販売店ごとにあるいは複数の販売店のために集中的に設けられたセンターコンピュータと、消費者が有するユーザーコンピュータとからなり、前記ユーザーコンピュータは、通信手段と、購入商品特定情報を入力する

入力手段と、前記通信手段によって前記購入商品特定情報を前記センターコンピュータに送り、前記センターコンピュータから送られた前記購入商品特定情報に対応する購入商品情報を家計簿ソフトウェアのデータとして入力処理し、所定の時期にその家計簿ソフトウェアで集計したデータの内のマーケティング用データを前記通信手段によって前記センターコンピュータに送信する処理を行う処理手段とを有し、前記センターコンピュータは、通信手段と、前記ユーザーコンピュータから送られた購入商品特定情報を入力し、それに対応する購入商品情報をその販売店のPOSシステムのデータベースから取得し、前記ユーザーコンピュータで処理可能なデータ形式に変換して前記センターコンピュータの通信手段によって前記ユーザーコンピュータに返送する処理と、前記ユーザーコンピュータから送られた前記マーケティング用データを入力し、マーケット分析、需要予測を含むマーケティング用のデータ処理とを行う処理手段と、を有していることを特徴とするものである。

【0021】本願請求項4に係るマーケティングシステムは、前記請求項3のマーケティングシステムにおいて、前記ユーザーコンピュータの入力手段は、消費者認証情報を入力することができる入力手段であり、前記ユーザーコンピュータの処理手段は、前記通信手段によって前記消費者認証情報を前記センターコンピュータに送信することができる処理手段であり、前記センターコンピュータの処理手段は、前記消費者認証情報によってその消費者へ送信すべき情報を判断制御することができる処理手段であることを特徴とするものである。

【0022】本願請求項5に係るマーケティングシステムは、前記請求項3のマーケティングシステムにおいて、前記センターコンピュータの処理手段は、販売促進を図る商品の情報を需要が見込まれる消費者のユーザーコンピュータに送信することができる処理手段であることを特徴とするものである。

【0023】本願請求項6に係るマーケティングシステムは、前記請求項3のマーケティングシステムにおいて、前記センターコンピュータの処理手段は、商品ごとの消費動向を分析し、メーカーの既存商品の生産管理と新商品開発用の情報を出力することができる処理手段であることを特徴とするものである。

【0024】

【発明の実施の形態】次に、本発明の一実施形態について以下に説明する。図1は、本発明によるマーケティングシステムの装置構成を示している。なお、本発明によるマーケティングシステムは家計簿自動入力システムを利用するので、このマーケティングシステムの説明の中で家計簿自動入力システムについても説明することにする。

【0025】図1に示すように、本実施形態のマーケティングシステム1は、販売店と消費者とメーカーを結ぶ

システムであり、販売店のPOSシステムを含む種々の管理システムのデータ処理を行うコンピュータ（販売店コンピュータ2a、2b、2c、…）と、消費者が所有するコンピュータ（ユーザーコンピュータ3a、3b、3c、3d、…）と、前記販売店コンピュータ2a、2b、2c、…とユーザーコンピュータ3a、3b、3c、3d、…とを結ぶコンピュータ（センターコンピュータ4）と、メーカーが所有するコンピュータ（メーカーコンピュータ5）とからなる。

10 【0026】販売店コンピュータ2a、2b、2c、…は一般に各販売店に設置されており、それぞれの販売店のPOSシステムを管理し、POSシステムで蓄積したデータを格納管理するデータベース（POSデータベース6a、6b、6c、…）管理して必要に応じてそれらデータを処理して各販売店の必要な経営情報を取り出せるように構成されている。これら販売店コンピュータ2a、2b、2c、…は、コンピュータとして通常備えられている入力手段と処理手段と記憶手段と通信手段とを有しているものとする。

20 【0027】ユーザーコンピュータ3a、3b、3c、3d、…は、一般に各消費者の家庭に設置されており、それぞれコンピュータとして通常備えられている入力手段と処理手段と記憶手段と通信手段とを有しているものとする。なお、ユーザーコンピュータ3a、3b、3c、3d、…は、統一された仕様（OS、作動環境等）を有していればむろん問題がないが、本実施形態では現実の消費者が所有するように、種々の機種、仕様があるものとする。

30 【0028】センターコンピュータ4は通信手段を有し、販売店コンピュータ2a、2b、2c、…と、ユーザーコンピュータ3a、3b、3c、3d、…と、メーカーコンピュータ5のいずれとも接続でき、さらに以下に述べるような種々の処理を行う処理手段を有している。

40 【0029】なお、本実施形態のマーケティングシステム1では、各販売店ごとに販売店コンピュータ2a、2b、2c、…が設置され、これらとは別に集中処理を行うセンターコンピュータ4が設けられている形態をとっているが、本発明はこの形態に限られず、一つの販売店の販売店コンピュータに対して複数のユーザーコンピュータが直接接続するようにしてもよい。この場合は、その販売店の販売店コンピュータがセンターコンピュータであり、見かけ上販売店コンピュータが省略される。

【0030】メーカーコンピュータ5は、メーカーに設置されているコンピュータであり、通信手段を有し、センターコンピュータ4と通信可能に構成されている。しかし、メーカーコンピュータ5は省略でき、この場合にはセンターコンピュータ4からの情報は紙等の媒体を介してメーカーに送られる。

50 【0031】次に上記装置構成において、本発明の家計

簿ソフトウェアへのデータの自動入力と、マーケティング活動のための処理について以下に説明する。

【0032】図2は、データの流れに沿って、図1のマーケティングシステム1により家計簿ソフトウェアへのデータの自動入力と、マーケティング活動のための処理とを行う方法を示したものである。以下、図1の装置を参照しつつ、図2のフローチャートに沿って本発明による家計簿自動入力システムとその家計簿入力システムを利用したマーケティングシステムを説明することとする。

【0033】最初に、図2に示すように、ある消費者がマーケティングシステム1を構成する販売店のいずれかで商品を購入したとする（ステップS10）。

【0034】上記販売店は、その消費者に渡すレシート等に、その消費者が購入した商品を特定する情報（以下購入商品特定情報という）を付加する（ステップS20）。

【0035】この購入商品特定情報は、具体的には、たとえばレシートに印字する一連の数字や記号である。この数字は、その数値からそのレシート上に印字されたすべての商品を特定できるように予め一定の規則を定めておく。なお、「購入商品特定情報」としたのは、紙に印字される数字や記号に限られず、公知の方法により記録情報を含む意である。たとえば、磁気カードやICカード等で買い物をした場合に、それらのカードに記録された磁気または電子による情報であってもよい。

【0036】次に、消費者が家庭に帰り、本発明のシステムを利用して家計簿ソフトウェアに商品のデータを自動入力するときには、まずユーザーコンピュータ3a、3b、3c、3d、…からセンターコンピュータ4にアクセスする（ステップS30）。

【0037】上記センターコンピュータ4へのアクセスは、ユーザーコンピュータ3a、3b、3c、3d、…とセンターコンピュータ4の通信手段による。ここで、通信手段は、コンピュータ間でデータをやり取りできる限り公知の任意のものでよい。たとえば、通信回線、ネットワーク、無線等のいずれでもよい。

【0038】センターコンピュータ4に接続した後に、ユーザーコンピュータ3a、3b、3c、3d、…は、センターコンピュータ4に消費者の認証情報（以下消費者認証情報という）を送信し、センターコンピュータ4に確認させる（ステップS40）。

【0039】消費者認証情報を送信してセンターコンピュータ4に確認させるようにしたのは、この通信によって送受信される商品データやマーケティング用データ（後述する）は、通常個人のプライバシーと販売店の営業秘密に関係し、むやみに公開すべきでないからである。しかし、上記プライバシーや営業秘密に関係しない範囲のデータをやり取りするシステムでは、消費者認証情報の送受信を省略することができる。

【0040】上記消費者認証情報の確認の結果、センターコンピュータ4にアクセスしたユーザーコンピュータが正当なものと確認できたなら、ユーザーコンピュータ3a、3b、3c、3d、…からセンターコンピュータ4に購入商品特定情報を送信する（ステップS50）。

【0041】このとき、上記消費者認証情報により、センターコンピュータ4の処理手段は送信するデータの範囲、種類を判断することができる。たとえば、消費者によって後述する商品宣伝用の情報を送る取り決めをしており、消費者認証情報によって送るべき商品情報を送信することができる。

【0042】上記購入商品特定情報は、レシートに印字された数字の羅列の場合は、ユーザーコンピュータ3a、3b、3c、3d、…のキーボードから入力することができる。磁気カードやICカードによる場合は、カードリーダー等によって入力する。したがって、本発明でいうユーザーコンピュータの「入力手段」は、キーボードの他、公知のデータ読取装置も含む。

【0043】上記購入商品特定情報を受信したセンターコンピュータ4は、その購入商品特定情報から所定の販売店のPOSデータベース6a、6b、6c、…にアクセスし、そのPOSデータベース6a、6b、6c、…から購入商品特定情報に対応する購入商品情報を検索する（ステップS60）。ここで、購入商品情報とは、その購入商品特定情報によって特定された商品の商品名、商品区分コード、価格、販売の日時等の情報である。

【0044】購入商品情報を検索したセンターコンピュータ4は、その処理手段により、JANコードから数字からなる商品区分コードに変換し、購入商品情報をJAVAAプレット（JAVA言語によるアプレット）のデータとして付加し、ユーザーコンピュータ3a、3b、3c、3d、…に送信する（ステップS70）。

【0045】ここで、JANコードとは、商品を識別するバーコードシンボルの一種であり、POSシステムで使用されるものである。これを商品区分コードに変換するのは、通常のコンピュータで処理できるようにするためである。

【0046】購入商品情報をJAVAAプレットのデータとして付加するのは、種々の機種、作動環境（プラットフォーム）で作動するであろうユーザーコンピュータ3a、3b、3c、3d、…のすべてで家計簿処理をすることができるようにしたためである。

【0047】ここで、JAVA言語とは、Sun Microsystems社が開発したプログラム言語であって、コンピュータのプラットフォームから独立した言語である。アプレットとは、サーバーからクライアントに送り込み、クライアントコンピュータによって実行するようにしたプログラムである。つまり、JAVAAプレットは、ユーザーコンピュータの機種、作動環境に関係なく、実行されるプログラムである。

【0048】本発明は、好ましくは家計簿ソフトウェアの少なくとも前処理部分をJ A V Aアプレットによって作成し、このJ A V Aアプレットに購入商品情報をデータとして付加してセンターコンピュータ4からユーザーコンピュータ3 a, 3 b, 3 c, 3 d, …に送信する。これにより、ユーザーコンピュータ3 a, 3 b, 3 c, 3 d, …の機種、作動環境に関係なく、すべてのユーザーコンピュータ3 a, 3 b, 3 c, 3 d, …で家計簿処理を行うことができるようになる。

【0049】なお、本発明はJ A V Aアプレットに限るものではなく、将来開発されるであろうプラットフォームから独立して種々のユーザーコンピュータで作動可能な言語、プログラムを用いることができる。

【0050】上記データを付加されたJ A V Aアプレットを受信したユーザーコンピュータ3 a, 3 b, 3 c, 3 d, …では、そのJ A V Aアプレットを実行し、自動的に家計簿ソフトウェアに購入商品情報（商品名、商品区分コード、価格、販売の日時等）を入力処理する（ステップS80）。

【0051】以上が、本発明の家計簿自動入力システムによる処理である。次に、本発明のマーケティングシステムとしての処理を以下に説明する。

【0052】マーケティングシステム1として作動するために、所定期時にユーザーコンピュータ3 a, 3 b, 3 c, 3 d, …からセンターコンピュータ4へマーケティング用データを送信する（ステップS90）。

【0053】ここで、マーケティング用データとは、購入商品を記録および集計したものであり、各商品の消費動向が分かるものであって、消費者が予め承諾した範囲内のデータである。

【0054】上記マーケティング用データの報告を確実にするためには、好ましくは上記J A V Aアプレットに所定期時にマーケティング用データをセンターコンピュータ4に送信するように、プログラムをしておく。

【0055】上記マーケティング用データを受信したセンターコンピュータ4は、そのマーケティング用データを、その消費者の属性（たとえば年齢、性別、家族構成、概略の収入等）のデータとともに、記憶装置に格納する。上記処理により、センターコンピュータ4の記憶装置には、どのような消費者がどのような商品をどのような動向で購入しているか、の情報が蓄積される。

【0056】次に、センターコンピュータ4は、所定期時にマーケティング活動に資するマーケティング情報を出力する（ステップS100）。

【0057】上記マーケティング用データからは、種々のマーケティング活動に資する情報を出力することができる。たとえば、上記マーケティング用データには、送信した消費者の属性情報が付加されているので、消費者の属性ごとに消費動向分析、売れ筋商品の特定、商品の需要量、その需要時期等の情報を分析することができ

る。さらに、詳しくは、特定の消費者の消費サイクルからその消費者が次に何を何時購入するであろう等の情報も得られる。

【0058】また、各販売店ごとにまちまちであった特定の商品の売行きを総合し、その特定商品の全体的な売行きを把握でき、売れ筋商品の色、柄、価格等の商品属性の推移から、流行しそうな新商品の予測や、既存の商品の生産管理等のメーカーにとって極めて有用な情報を得ることができる。

【0059】次に、上記マーケティング用データを得たセンターコンピュータ4は、メーカーに対し、既存商品の生産管理や、新商品開発用の情報等を送信する（ステップS110）。

【0060】これにより、メーカーは、従来販売店から個別に生産注文を受け、そのために小ロット、短サイクルの生産に追われていた弊害から解放され、計画的な商品生産を行うことができるようになる。また、商品の流行の傾向を把握できることにより、より消費者のニーズに合った新商品を開発することができるようになる。

【0061】一方、センターコンピュータ4は、各販売店に対し、詳細な消費者情報を付加したマーケティング情報を送信する（ステップS120）。

【0062】販売店は、上記マーケティング情報により、その商圏内の消費者の消費動向を把握し、これに基づいて自店の品揃えを計画することができる。さらに、個別の消費者の消費動向、消費サイクルを把握し、センターコンピュータ4を介してユーザーコンピュータ3 a, 3 b, 3 c, 3 d, …に、販売促進用の商品情報（宣伝用の商品のイメージデータ等）をタイムリーに送信する（ステップS130）。

【0063】これにより、販売店にとっては、効果が極めて高い販売促進を行え、消費者にとって真に欲しい商品の情報が得られるようになる。

【0064】

【発明の効果】以上の説明から明らかなように、本発明による家計簿自動入力システムによれば、消費者がセンターコンピュータに購入商品特定情報を送信することにより、販売店のPOSシステムから購入商品情報が検索され、それが消費者のコンピュータの家計簿ソフトウェアに自動的に入力される。これにより、従来家計簿ソフトウェアで家計簿を付けるための膨大な入力作業がほとんど省略され、しかも、商品名、商品区分コード等を正しく入力され、信頼性の高い家計簿の集計結果を得ることができる。

【0065】また、本発明のマーケティングシステムによれば、消費者の正確な情報とともに、それらの消費動向の情報を収集することができるので、販売店にとっては、商圏内の消費者の消費動向から自店の品揃えを計画でき、さらに個別の消費者に対し、その消費動向の分析から、需要が見込まれる商品の宣伝用の情報をタイムリ

11

一に配布することができる。これにより、従来不正確かつ受動的であったマーケティング活動から、正確かつ積極的なマーケティング活動に転じ、マーケティング活動の効率を著しく向上させることができるようになる。

【0066】また、本発明のマーケティングシステムによれば、メーカーは、自社が生産する商品の全体としての消費動向が把握でき、かつ、その消費動向から流行するであろう商品を予測できるので、従来販売店から個別に注文を受け、小ロット短サイクルの商品生産を余儀なくさせられていた弊害を克服し、計画的な商品生産を行うことができ、また、需要が見込まれるであろう新商品の開発を行うことができるようになる。

【図面の簡単な説明】

12

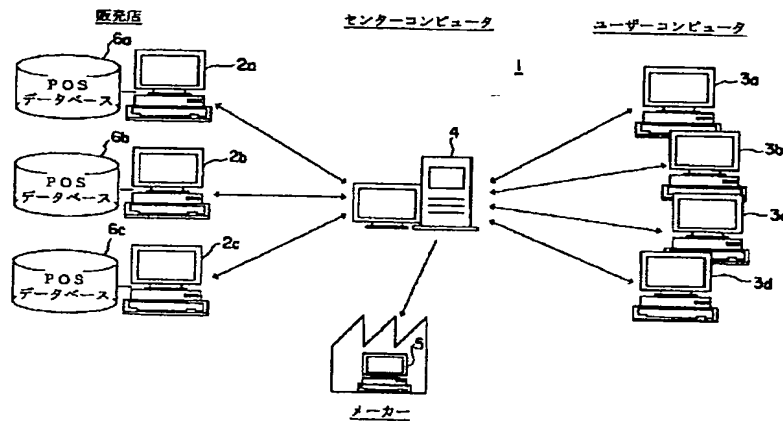
【図1】本発明による家計簿自動入力システムとその家計簿入力システムを利用したマーケティングシステムの装置構成の一例を示した図。

【図2】本発明による家計簿自動入力システムとその家計簿入力システムを利用したマーケティングシステムの処理の流れを示したフローチャート。

【符号の説明】

- 1 マーケティングシステム
- 2 販売店コンピュータ
- 3 ユーザーコンピュータ
- 4 センターコンピュータ
- 5 メーカーコンピュータ
- 6 POSデータベース

【図1】



【図2】

